

RAPPORT DE RÉAMÉNAGEMENT

MARS 2009



Un organisme du gouvernement de l'Ontario

La nouvelle image de marque du CCO annonce les couleurs d'une percutante stratégie marketing

La toute nouvelle identité visuelle qui accompagnera le design évocateur du nouveau Centre des congrès d'Ottawa (CCO) a été dévoilée aujourd'hui, reflétant à la fois la nouvelle image de marque souhaitée pour le nouveau complexe et l'exceptionnelle volonté marketing d'attirer à Ottawa les congrès et colloques de partout dans le monde.

À l'image de l'architecture novatrice du nouveau centre, de son emplacement stratégique et de l'expérience qu'il promet, le nouveau logo est délibérément moderne, novateur et invitant. Ses lignes sinueuses et

aériennes représentent les attraits centraux de la capitale nationale : les méandres bleus évoquent l'abondance de l'eau des rivières et du canal Rideau; les verts, l'engagement écologique qui se reflétera dans l'immeuble et ses activités; et au sommet, les rouges, la position unique qu'occupe la ville dans l'arène nationale.

« Ce nouveau logo riche en nuances lumineuses rappelle les extraordinaires jeux de reflets que l'on peut observer sur la rive qui borde Ottawa », d'expliquer Patrick Kelly, président du CCO. « De la même façon, il

reflète le design cristallin et ouvert de l'immeuble et ses étonnantes façades de verre. Nous croyons fermement qu'Ottawa sera l'emplacement d'événements extraordinaires qui façonneront le 21^e siècle. »

« Ces courbes souples sous-entendent un milieu sécuritaire, accueillant et centré sur les services », a ajouté Jim Durrell, président du Conseil d'administration du CCO. « Je trouve qu'elles évoquent l'ambiance à la fois sereine et dynamique de la ville. »

(suite à la page 2)



Jim Durrell, président du Conseil du CCO, Mary Pitt, membre du Conseil du CCO, Jim Watson, ministre des Affaires municipales et du Logement, et Andrew Haydon, ancien membre du Conseil du CCO (de g. à dr.), échantent leurs souvenirs de l'ancien CCO tout en célébrant l'avenir et le lancement de la nouvelle image de marque du centre. Le gouvernement de l'Ontario a fourni un financement de 50 millions de dollars pour ce projet

